

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

П.Г.Перерва

д.е.н, професор, зав.кафедрою менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин НТУ «ХП»

М.І.Погорєлов

к.е.н, професор кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин НТУ «ХП»

Сучасний стан конкурентного ринку любого промислового підприємства знаходиться в такому стані, що при виборі стратегії дій для досягнення конкурентних переваг необхідно використовувати різні методи: лідерство у витратах, диференціацію продукції, концентрацію, ранній вихід на ринок і т.п. Разом з тим, світовий досвід виробничо-комерційної діяльності неодноразово підтверджує актуальність та важливість використання інтелектуальних розробок, новітніх технологій, різного роду власних чи запозичених об'єктів інтелектуальної власності при створенні, виробництві, продажу та використанні новітніх конкурентоспроможних товарів [1, 2, 3].

В даний час підприємства та організації, що мають відношення до процесів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності використовують на практиці два основних методичних підходи :

а) пряма (безпосередня) комерціалізація передбачає продаж прав на об'єкт інтелектуальної власності як на звичайний інноваційний товар. При цьому покупець об'єкта інтелектуальної власності може представляти або не подавати комерційне майбутнє своєї покупки. У першому випадку у покупця є вже конкретна бізнес-план створення будь-якого продукту, де він передбачає використовувати даний об'єкт інтелектуальної власності. У другому випадку такого плану ще немає, покупець передбачає в майбутньому знайти об'єкту інтелектуальної власності або практичні застосування, або продати його за вищою ціною. На наш погляд, дані підхід до комерціалізації об'єкта інтелектуальної власності пов'язаний з досить великими стартовими витратами на

доведення об'єкта інтелектуальної власності стадії його практичного застосування. Разом з тим, у разі успіху, вихід інноваційної продукції на ринок дає можливість через певний період не тільки компенсувати початкові матеріальні витрати, але і отримати чималий прибуток, яка не тільки покриє початкові витрати, але і дозволить створити певні фонди для подальшого розвитку виробничо-комерційної діяльності. Важливим моментом в цьому процесі є той факт, що вся отримана підприємством прибуток залишається в розпорядженні первісного покупця об'єкта інтелектуальної власності;

б) непряма (опосередковано) комерціалізація передбачає продаж інноваційного товару, в ціну якого входить і ціна об'єкта інтелектуальної власності, з використанням якого і виготовлений даний товар. При цьому інноваційна складова даного товару, його конкурентні переваги і поліпшені техніко-економічні показники багато в чому якраз і визначаються використанням при його створенні, виготовленні та (або) практичне використання даного об'єкта інтелектуальної власності, ринкова комерціалізація якого аналізується. Слід зауважити, що прийняття рішення про виробництво інноваційної продукції з використанням даного об'єкта інтелектуальної власності пов'язано з численними і досить великими ризиками. Тому, перш ніж прийняти таке рішення, необхідно порівняти свою продукцію з аналогічними показниками продукції конкурентів, зробити економічну оцінку передбачуваного інноваційного проекту.

Всі види інтелектуальної власності перетворюються в компонент продуктивних сил і, з'єднуючись з технікою і виробництвом, органічно вбудовуються в відтворювальний процес. Зростає інтенсивність інноваційних процесів, скорочуються терміни створення інновацій, розробниками і споживачами стають нові учасники, змінюються їхні стосунки і функції. Це підвищує рівень відповідальності підприємця-виробника, формує конкурентоспроможний ринок і стимулює інноваційну економіку в нашій країні. Якраз цей фактор і є вирішальним при створенні об'єктивних передумов виходу української економіки із затяжної кризи.

Дослідження теорії та практики управління інтелектуальною власністю [1-14] дозволило виявити різні форми організаційного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на промисловому підприємстві.

Сутність першого варіанту комерціалізації [1-3] об'єктів інтелектуальної власності в тому, що, використовуючи схему непрямої комерціалізації, ця діяльність може бути винесена за межі інноваційного підприємства і функціонально передана існуючій незалежній організації, що займається комерціалізацією об'єктів інтелектуальної власності – інноваційному брокеру. На ринку такі компанії (інноваційні брокери) вже присутні, але, як правило, комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності не є їх основною діяльністю. У такому варіанті, як правило, не досягається постійної і системної роботи з інтелектуальним потенціалом підприємства, а також не відбувається необхідних перетворень на самому підприємстві [1]. Крім того, на наш погляд, в такому вигляді організаційна схема не виконує свого основного завдання – прискорення процесу комерціалізації і підвищення його ефективності. Цей висновок підтверджується тим, що інноваційний брокер отримує зовсім новий для себе товар для подальшого збуту і практично з нуля починає його продаж. Звичайно, певні напрацювання в цього брокера є, але їх може бути зовсім замало для швидкого і ефективного вирішення поставленої перед ним конкретної задачі. Для покращення ефективності дії такого варіанту організаційного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності ми пропонуємо ввести систему ланцюгового інноваційного брокерства, яка передбачає як мінімум подвійне брокерство: пошуково-організаційне і пошуково-збутове. Між цими двома суб'єктами ринкових відносин можуть біти тісні зв'язки, а може бути і відсутність таких зв'язків. В першому випадку, як нам представляється, ефективність дій цих суб'єктів на ринку буде більш ефективною.

Зазвичай інноваційні брокери здійснюють свою діяльність на основі відповідних угод, яка зазвичай містить спеціальні умови щодо обмежень по терміну і території дії. Слід також зробити особливий наголос на тому факті, що така угода обов'язково повинна містити умови конфіденційності.

Другий варіант організації комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності – це створення функціонального підрозділу у вигляді незалежної організації, в якій підприємство є основним засновником. Поточне українське законодавство не дозволяє в повній мірі реалізувати дану форму. Даний варіант організаційної схеми комерціалізації по своїй суті досить близький до першого, але має деякі суттєві відмінності. Зокрема, такого роду функціональний підрозділ проводить більш незалежну політику в сфері комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності і має, на нашу думку, більші комерційні можливості як за межами підприємства-розробника, так і в його складі, використовуючи, наприклад, засади інтрапренерства.

Третій варіант - це створення в складі інноваційного підприємства спеціалізованого функціонального підрозділу – центру комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Будучи структурним підрозділом, центр контролюється підприємством (керівник відділу функціонально підпорядковується керівництву підприємства, а по статусу він може бути заступником директора підприємства) та керується в своїй роботі внутрішніми інструкціями, правилами і загальною політикою підприємства, що є однією з переваг даного варіанту організаційної схеми комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Крім того, весь дохід від діяльності центру залишається на підприємстві.

Проведені дослідження дозволяють зробити висновок про те, що проблеми формування ринкових відносин комерційного використання інтелектуальної власності є дуже складними та актуальними в практичному застосуванні, так як від ступеня успішного вирішення цих проблем залежить можливість досягнення кінцевих позитивних результатів інвестиційної та інноваційної діяльності наукомістких підприємств. Тому вдосконалення процесів комерціалізації інтелектуальної власності дозволить високотехнологічним підприємствам стати на шлях інноваційного розвитку та підвищити рівень використання наукоємних продуктів для досягнення соціально-економічного зростання української економіки. Надзвичайно актуальними, на нашу думку, є процеси комерціалізації

інтелектуальних продуктів для машинобудівних підприємств, продукція яких визначає темпи науково-технічного прогресу в машинобудуванні, а і в економіці всієї країни.

Література

1. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
2. Дробишева А.В. Дослідження підходів до процесу комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності [Електронний ресурс] / А.В.Дробишева // Цілі сталого розвитку: проблеми і можливості досягнення в Україні та світі : матеріали Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. студентів та молодих вчених, 16 листопада 2018 р. – Сєверодонецьк, 2018. – С. 182-185.
3. Перерва П.Г. Організаційні підходи до механізму комерціалізації ОІВ та проблеми їх практичної реалізації / П.Г.Перерва, А.В.Косенко // Всеукраїнський семінар з проблем економіки інтелектуальної власності : зб. наук. пр. 1-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Київ : Кравченко Я. О., 2018. – С. 122-128.
4. Nagy, Szabolcs Digital economy and society – a cross country comparison of Hungary and Ukraine / S.Nagy // Вісник НТУ «ХПІ»" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 46 (1267). – С. 174-179.
5. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Veress Somosi, Т.О.Кобієлієва // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
6. Nagy, Szabolcs Monitoring of innovation and investment potential of industrial enterprises / S. Nagy, P. Pererva // Сучасні тенденції розвитку світової економіки : зб. матер. 10-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 18 травня 2018 р. – Харків : ХНАДУ, 2018. – С. 88-89.
7. Kocziszky, György Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / G.Kocziszky, M.Veress Somosi, P.G.Pererva // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному

середовищі.— Кременчук, 2017. — С. 164-167. — Режим доступа:
<https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view>

8. Nagy, Szabolcs Estimation of economic efficiency of power engineering / S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. — Харків : ХНУБА, 2018. — С. 3-6.

9. Kocziszky, György Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Veressomosi, T.O.Kobieliava // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард-2017" : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Internet-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: Є.М.Строков, О.М.Гуцан. — Харків : НТУ "ХПІ", 2017. — С. 54-57.

10. Nagy, Szabolcs Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. — Київ : НАУ, 2018. — С. 21-22.

11. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. — 2014. — №5. — С. 111-115.

12. Nagy, Szabolcs (2015) *Criteria of Effective Marketing - Analysis Of Corporate Marketing Activities In Hungary* // Proceedings of "Balance and Challenges"/- 9th International Scientific Conference, University of Miskolc, pp. 103-112.

13. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Інноваційна діяльність як фактор економічної безпеки промислового підприємства // Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції : монографія / за ред. д.е.н., проф. Ілляшенка С.М., к.е.н., доц. Біловодської О.А. — Суми : Триторія, 2018. — С.56-74.

14. Nagy, Szabolcs (2016) *E-commerce in Hungary: A Market Analysis* // Theory methodology practice: Club of economics in Miskolc.- 2016.- №12 (02). pp. 25-32.